

PERTUNJUKAN RAKYAT BERBASIS TRADISI: BERDAYA MENUJU INDUSTRI KREATIF MELALUI ENTERPRENEURSHIP

Rachel Mediana Untung
Fakultas Seni Pertunjukan
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga
mediana.untung@staff.uksw.edu

Abstract

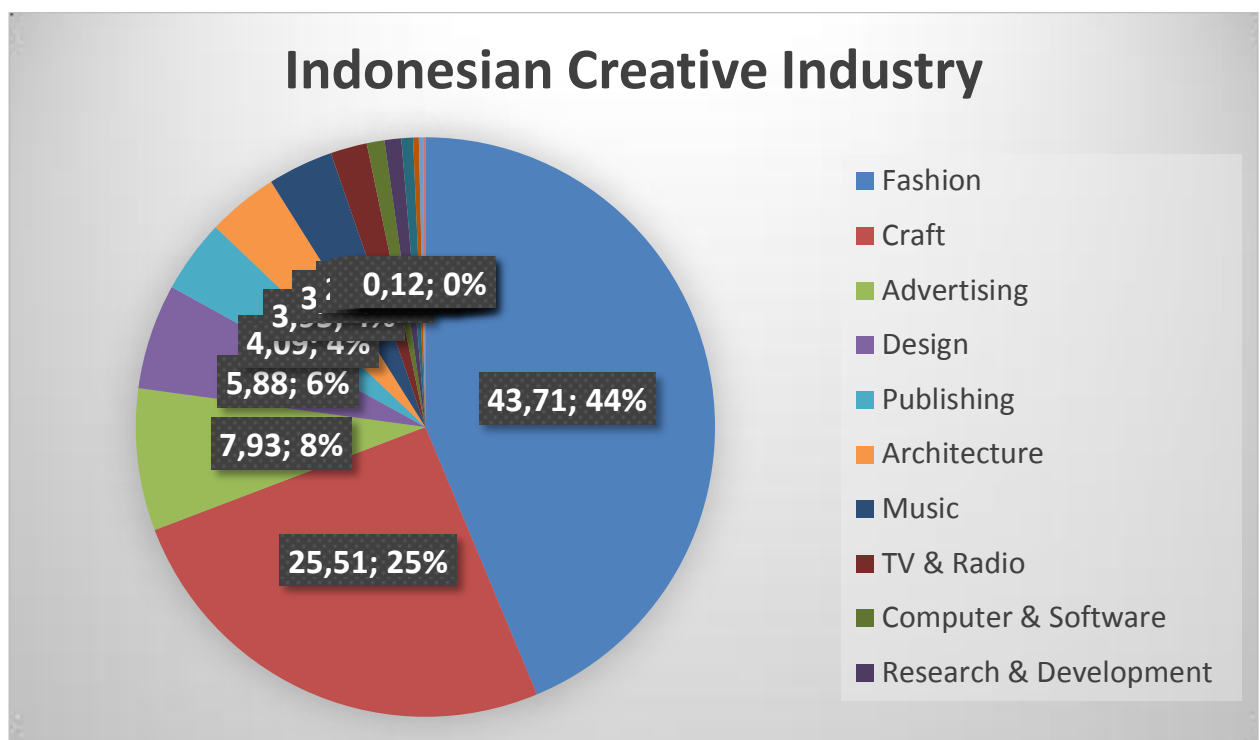
In the research I have done shows that creative activities such as performances can be included in the creative industries if they have a strong community base. The result of the community tayub performances research in Kabupaten Grobogan shows that the community building a system that makes the arts become a systems and bind to each other. The systems was build by many of artistic and non-artistic elements. Without the existence of the elements such as female dancers (joged or ledhek), stage manager (pengarih tamu), master of ceremony, male dancers (pengibing), the audience, the host, musicians, the sound, lighting, stage equipment and recording company, the tayub performance will be not complete. Tayub performance in Kabupaten Grobogan flourish because there is a fertility symbol in a broad meaning, such as fertility of the harvest, marriage, career success, and stages in life. This paper is directed to search a building theory that could indicate that the performance-based communities can be empowered in order to be a strong creative industry. Tayub performance cannot be understand without the relation of a network of cultural production, distribution and consumption. This chain function to bind together into a unity that is systemically used. The system has been formed and not to be separate from the ability of the professionalism and entrepreneurship spirit of the elements of the show. The results of the study can be obtained as a policy that can be used by policy makers (government) to direct the potential of the folk performance into a unit that can be empowered and have the competitiveness to face the ASEAN Economic community.

Pengantar

Tulisan ini diawali dengan pemikiran apakah seni pertunjukan rakyat bisa berkembang melalui industri kreatif? Dalam kondisi seperti apa pertunjukan rakyat bisa bersinggungan dengan industri kreatif? Siapa yang berperan ? Apa yang harus dilakukan oleh pihak-pihak yang berperan dalam mengembangkan industri kreatif ini? Beberapa hal ini menjadi kerangka pemikiran dalam tulisan ini. Tulisan ini mencoba mencari model secara terstruktur atau kerangka berpikir dalam menyongsong industri kreatif : tantangan dan strateginya dalam konteks Masyarakat Ekonomi ASEAN. Paparan model yang diusung didasarkan dari penelitian yang telah dilakukan penulis pada tahun sebelumnya.

Hal pertama yang akan diungkap adalah mengenai industri kreatif. Apa itu industri kreatif? Lebih luas lagi apakah ekonomi kreatif? Dalam pemaparan Moelyono (2012), ekonomi kreatif menitik beratkan pada (a) lapangan usaha

kreatif dan budaya (*creative cultural industry*), (b) lapangan usaha kreatif (*creative industry*), dan (c) Hak kekayaan intelektual seperti hak cipta (*copyright industry*). Pendapat Moelyono ini bersumberkan pendapat Levickaitè yang dikutip oleh Clarissa Anugrah dan Ati Cahayani (2012), yang menyatakan bahwa ekonomi kreatif bukan didasarkan pada modal fisik tetapi lebih pada ide atau pemikiran dan dikembangkan berdasarkan pada teknologi informasi dan komunikasi. Dalam pengertian ini ekonomi kreatif adalah subsektor dalam ekonomi yang didukung oleh sumber daya pengetahuan, jaringan dan kreativitas. Di dalam ekonomi kreatif memunculkan industri kreatif seperti pendapat Levickaitè “*creative industries are the core of the creative economy*”.



Ada 14 kategori industri kreatif yang dicanangkan oleh pemerintah RI yaitu fesyen, kerajinan, periklanan, desain, penerbitan & percetakan, arsitektur, musik, TV & radio, komputer & software, research & development, pasar seni & barang antik, permainan interaktif, film video & fotografi, dan seni pertunjukan (Maulel Moelyono, 2012). Dalam riset yang telah diadakan oleh Kementerian Perdagangan RI pada tahun 2002-2010, menyatakan bahwa industri kreatif telah memberi kontribusi dalam perekonomian Indonesia. Riset menunjukkan bahwa rata-rata kontribusi nilai tambah (PDB) untuk industri kreatif adalah 7,74% dan lebih besar sedikit dari industri konstruksi yang 7,71% dan yang paling tinggi adalah industri pengolahan yaitu 23,91%. Dalam riset lanjutan mengenai industri kreatif, dari 14 kategori di atas bidang fesyen mendapat peringkat pertama (43,71%) dan dilanjutkan bidang kerajinan (25,51%). Hal yang menarik lagi adalah peringkat seni

pertunjukan, yaitu mendapatkan peringkat terbawah (0,12%). Nampaknya cukup takjub bukanlah sesuatu yang mengherankan dalam benak kita dan kita pun tidak perlu terlena dengan prosentase-prosentase yang telah disebutkan di atas. Peringkat seperti ini justru memberikan makna bahwa ada apa yang terjadi dalam seni pertunjukan? Apakah seni pertunjukan memiliki potensi atau peluang untuk memberikan dampak secara ekonomi?

Tinjauan Pustaka

Seni pertunjukan dalam ke-14 kategori industri kreatif itu membatasi pada kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten dan produksi pertunjukan. Misalnya adalah pertunjukan wayang, balet, tari tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, musik etnik, desain dan pembuatan seni pertunjukan, tata panggung dan tata cahaya. Dalam paparan kategorial tersebut, dalam seni pertunjukan itu mengenai hal artistik dan non artistik. Artinya kemasan pertunjukan itu adalah kemasan yang lengkap yaitu semua elemen pertunjukan bukanlah sepenggal-sepenggal khusus isi (*content*) dari sisi artistik saja. Namun non artistik pun terlibat. Pengkategorian 14 bidang dalam industri kreatif ini pun perlu kita cermati karena musik dianggap salah satu kategori di luar kategori seni pertunjukan. Dalam pengamatan, kategori musik ini mengarah pada industri musik populer dan mendapatkan peringkat yang lebih baik, yaitu peringkat ketujuh (3,65%).

Menurut pendapat Fleming yang dikutip oleh Clarissa Anugrah dan Ati Cahayani (2012), ekonomi kreatif sebenarnya cocok untuk pengembangan daerah pedesaan yang berkelanjutan, namun manfaat dan tantangan mengembangkan ekonomi kreatif kurang dipahami dengan baik. Pernyataan ini tidak dilanjutkan dengan cara mengembangkan potensi kreatif di ekonomi pedesaan, namun pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pertunjukan rakyat memiliki potensi untuk mengembangkan diri ke arah industri kreatif.

Potensi kreatif di dalam masyarakat atau sebuah komunitas kedaerahan disadari oleh banyak pihak. Masyarakat Maluku yang memiliki kegemaran dalam musik, baik ketrampilan menyanyikan atau bermain alat musik telah menjadi sebuah modal dalam mengembangkan potensi kreatif dalam wilayahnya. Victor Ganap (2012) menganggap perlu mendorong masyarakat Maluku untuk mengembangkan potensi kreatifnya dalam upaya yang lebih sistematis dan sinergis, yaitu melalui pendidikan seni.

Masyarakat Minahasa pun memiliki potensi musik yang juga tidak kalah dengan masyarakat Maluku. Selama ini masyarakat Minahasa dikenal sebagai “Negeri Bernyanyi”. Dalam riset yang dilakukan oleh Perry Rumengan (2009) menunjukkan bahwa nyanyian baik secara solo dan paduan suara sudah menyatu dalam masyarakat Minahasa. Kemampuan musikal yang orang Minahasa miliki merupakan kekhasan yang mereka miliki yang merupakan nilai dalam tradisi setempat. Ekspresi musik yang tercermin dalam lagu daerah dan karya musik mereka itu sudah mendarah daging dalam masyarakat Minahasa. Bukan hanya

musik sebagai entitas kebunyan, namun juga tarian sebagai entitas gerak juga muncul dalam budaya Minahasa.

Komunitas Parodi Mataraman di Yogyakarta juga dicermati oleh Firmansyah (2014) memiliki potensi berkembang dalam industri kreatif. Komunitas ini mengekspresikan perasaan secara bebas dan kritis dalam nyanyian secara acapella. Firmansyah memaparkan bahwa melalui pandangan kreativitas khususnya pihak utamanya, pimpinan kelompok sebagai aktor intelektual mampu mengarah pada kegiatan ekonomi yang meningkatkan permintaan kebutuhan pertunjukan di Yogyakarta.

Penelitian-penelitian yang melihat potensi kreatif komunitas telah dilakukan oleh para intelektual Indonesia baik dalam riset tekstual dan kontekstual, namun dalam paparan kajian tidak semua riset itu mengarah pada strategi dan tantangan keberadaan industri kreatif. Dalam Konferensi Nasional Pengkajian *Seni Arts and Beyond* pada bulan September 2015 di UGM Yogyakarta telah menunjukkan bahwa riset atau kajian tentang seni pertunjukan menyongsong era industri kreatif belum secara nyata menjadi tema riset bagi para intelektual. Hal ini pun diungkap oleh G.R. Lono Lastoro Simatupang sebagai penanggung jawab konferensi dalam epilog seminar. Menurutnya ada dua kemungkinan yang terjadi, yang pertama adalah tema industri kreatif bukan menjadi tema yang menarik oleh para periset, dan yang kedua adalah industri kreatif sudah terkandung dalam riset-riset yang telah dilakukan tanpa menyadari akan keberadaan industri kreatif itu. Seminar itu menguatkan bahwa riset seni pertunjukan secara nyata bersinggungan dengan bidang ilmu lainnya seperti teknologi, pendidikan, agama, psikologi, gender, politik, dan ekonomi. Melalui persinggungan dengan ilmu ekonomi, keberadaan industri kreatif dalam seni pertunjukan itu hadir.

Mengikuti pendapat Fleming di atas tentang pengembangan daerah pedesaan cocok untuk mengembangkan tradisi kreatif yang memberi dampak ekonomi telah dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Bekraf akan mencanangkan 10 kota atau kabupaten menjadi kota kreatif pada tahun 2016 (www.merdeka.com). Salah satu kota yang dicanangkan adalah kota Malang. Oleh wali kota Malang, Muhammad Anton menyatakan bahwa semua kategori industri kreatif telah tersedia di kota Malang dan mampu memberikan dampak ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Beberapa paparan di atas menunjukkan bahwa seni pertunjukan memiliki potensi berkembang dan menjadi salah satu unsur yang bisa diperhitungkan. Studi ini dilakukan untuk melihat model pengembangan industri kreatif yang bisa diterapkan dalam mengembangkan seni pertunjukan khususnya pertunjukan rakyat.

Perhatian dunia terhadap industri kreatif diawali dengan munculnya buku "*The Rise of The Creative Class*" oleh Ricard Florida (2003). Florida mengungkapkan bahwa muncul kelas sosial masyarakat (*creative class*) khususnya di daerah perkotaan di Amerika Serikat yang mendasarkan perekonomiannya dengan aspek kreativitas. Studi yang dilakukan oleh Ricard Florida juga diikuti oleh periset

lainnya, seperti Jim McGuigan yang justru mengkritik Florida (Jim McGuigan, 2009). Kritikan McGuigan mengarah pada metode penelitian Florida namun esensi pemikiran hadirnya kelas kreatif itu memang terjadi. Florida menekankan bahwa para pekerja kreatif itu bukan bekerja dalam rangka membuat sesuatu produk, selayaknya orang bekerja, namun mereka bekerja karena memiliki *passion* dalam berkarya dan mencipta. Florida menekankan bahwa kelas ini condong individualistik dan ekspresif. Florida juga menekankan akan adanya kebijakan ekonomi yang memungkinkan kreativitas berkembang. Hal ini pun juga diungkap oleh McGuigan, bahwa kebijakan menjadi penting. McGuigan mengungkapkan, kecenderungan kelas kreatif bukan didasarkan pada lokasinya, namun pada esensinya yaitu mengembangkan kreativitas. Dalam hal ini, studi yang dilakukan McGuigan menunjukkan kelas kreatif bisa hadir baik di perkotaan atau pedesaan. Pencanangan 10 kota atau kabupaten sebagai kota kreatif oleh Bekraf telah seide dengan pendapat Jim McGuigan.

Selain kritik terhadap metode penelitian Florida yang bukan dilakukan dengan studi lapangan yang komprehensif, McGuigan melihat bahwa analisis Florida kurang tajam dalam mendaya gunakan kebudayaan sebagai salah satu unsur kekreativitasan. Menurutny, unsur budaya memiliki peran yang besar dalam industri kreatif.

Dalam seluruh paparan di atas, menunjukan bahwa seni pertunjukan memiliki potensi dalam mengembangkan diri dalam ekonomi kreatif, bukan hanya seni pertunjukan yang berada di kota namun di pedesaanpun berpotensi.

Pembahasan Kasus

Studi yang telah saya lakukan pada tahun 2013 lalu tentang pengorganisasian pertunjukan Tayub di Kabupaten Grobogan Jawa Tengah menunjukkan bahwa terjadi model pengelolaan pertunjukan yang saling memiliki ikatan peran. Peran yang dimaksud adalah semua unsur produksi pertunjukan mempersiapkan diri secara individu dan memiliki saling ketergantungan untuk mewujudkan pertunjukan tayub yang berhasil. Keseluruhan elemen yang bekerja secara profesional dan kontraktual ini mencerminkan jiwa entrepreneurship. Jiwa entrepreneurship bukan dibangun karena ada pelatihan membangun jiwa bisnis, namun justru jiwa entrepreneurship ini terbangun secara individu.

Pengelolaan pertunjukan tayub dianalisis melalui teori *triple helix*. Triple helix tersusun dalam sebuah tripartite dimaksudkan agar terjadinya sinergi tiga kutub yaitu akademisi, bisnis dan pemerintah (Maulel Moelyono, 2010). Harapannya, aktor intelektual atau cendekiawan berperan untuk memberikan aktivitas penciptaan baru sehingga membentuk manusia yang kreatif. *Business* berperan agar terjadi *economics exchange relations*, yaitu aktivitas kreatif bernilai ekonomi. Pemerintah berperan untuk menyusun, mengarahkan dan mengendalikan iklim bisnis yang kondusif untuk perkembangan industri kreatif.

Penelitian ini menunjukkan peran para cendekiawan kurang nyata karena di Kabupaten Grobogan tidak ada lembaga pendidikan yang mengembangkan

tayub sebagai bidang kajian dan ketrampilan kesenian yang serius. Lembaga pendidikan yang terdekat adalah Institut Seni Indonesia Surakarta. Dalam penyelenggaraan Festival Tayub se-Jawa Tengah dan Jawa Timur pada tahun 2013, panitia mengundang beberapa juri dari ISI Surakarta. Pendampingan dari akademisi tidak dilakukan secara terus menerus namun pendampingan yang insidental. Latar belakang para penari dan pemain gamelan pun bukanlah lulusan dari berbagai sekolah seni di Jawa Tengah, namun belajar secara otodidak. Para junior baik dari penari dan pemain gamelan meniru gerak gerik dan cara berkesenian yang dilakukan seniornya. Bila melibatkan tiga orang *joged*, maka yang senior (*joged mbok-mbokan*) adalah satu orang, dan kedua lainnya adalah junior (*joged wurukan*). Riset yang dilakukan Sri Rochana Widyastutieningrum (2007) menunjukkan bahwa seluruh *joged* yang diwawancarai seluruhnya tidak memiliki latar belakang pendidikan seni tari. Semuanya menjadi *joged* karena meniru dari seniornya, baik dari keluarganya yang seniman atau tidak. Pemain gamelan pun demikian. Umumnya pemain gamelan melibatkan anggota junior untuk menyaksikan, mendampingi dan bahkan menjadi cadangan pemain saat pemain utamanya berhalangan.

Sebuah unit bisnis pasti didasarkan atas harapan akan keuntungan yang akan didapatkannya. Pertunjukan tayub memiliki unsur bisnis, karena semua elemen pertunjukan mendapatkan honorarium. Walaupun demikian terkait dengan perjanjian bisnis, para pelakunya tidak berdasarkan keuntungan yang akan mereka miliki. Terkait dengan pembayaran awal atau *down payment* untuk memesan sesuatu atau orang, misalnya tata suara, kebutuhan panggung dan juga penari *joged*, tidak ditentukan dengan angka yang pasti. Tanpa memberi uang pembayaran awalpun oleh pelaku pertunjukan juga diijinkan. Menurut salah satu manajer *joged*, bila belum diberi *down payment*, *joged* akan memberikan layanan yang sama, yaitu menari dan menyanyikan *gending* Jawa selama pertunjukan. Begitu juga untuk pemain gamelan. Mereka akan melakukan pelayanan yang sama seperti yang dilakukan *joged*. Untuk pengelola tata suara, tata lampu, tata panggung, dan juga *video shooting*, mereka akan memberikan pelayanan yang setara dengan nilai kontraknya. Sebagai contohnya semakin besar ukuran panggung maka akan semakin besar biayanya. Semakin banyak kamera yang dibutuhkan maka nilai kontrak video shooting akan semakin besar. Semakin banyak perlengkapan maka akan semakin besar biayanya. *Business* dalam pertunjukan tayub adalah para pemangku kepentingan yang memberi peran dalam pertunjukan itu sendiri, yaitu *joged*, pemain gamelan (*pengrawit*), manajer panggung (*pengarih tamu*), pembawa acara (*wiraswara*), perusahaan tata panggung, suara, lampu dan audio visual.

Peran pemerintah diwakili oleh Dinas Pendidikan Olah Raga Kebudayaan dan Pariwisata (DISPORAPAR) untuk membina, mempromosikan dan memfasilitasi keseluruhan elemen pertunjukan. DISPORAPAR tidak melakukan intervensi dalam kreativitas elemen pertunjukan. Hal nyata yang dilakukan adalah melakukan pelatihan-pelatihan seperti pelatihan vokal bagi para *joged* dan pelatihan untuk

manajer panggung. Selain itu DISPORAPAR juga diundang oleh organisasi “Larasati”, organisasi para *joged* yang umumnya berkumpul setiap bulan pada tanggal 5. Dalam setiap pertemuan “Larasati”, DISPORAPAR bisa mengetahui permasalahan dan juga kebutuhan dari para *joged*. Melalui organisasi ini, DISPORAPAR bisa merancang kegiatan yang bisa mendukung perkembangan tayub. Selain melakukan pembinaan, para *joged* dan elemen pertunjukan tayub lainnya bisa terlibat dalam kegiatan yang setingkat kabupaten atau mewakili kabupaten Grobogan ke Provinsi Jawa Tengah atau setingkat nasional. Hal ini merupakan bagian dari tugas promosi DISPORAPAR.

Dalam paparan di atas menyatakan bahwa ketiga aktor dalam *triple helix* memiliki peran, namun belum terlalu nyata. Pemikiran berikutnya adalah apakah ada faktor mendasar yang berada di balik ketiga aktor tersebut? Riset ini mengembangkan analisis dengan melihat rantai kegiatan pertunjukan berdasarkan perspektif *Sociology of Art*. Pertanyaan yang umumnya ditanyakan dalam *Sociology of arts* adalah bagaimana hubungan antara seni dan masyarakat. Dalam perspective Sosiologi Seni bahwa semua karya seni adalah bagian dari dunia sosial dan budaya masyarakat (David Inglis and John Hughson, 2005). Semua karya seni, begitu pula pertunjukan hadir dalam konteks budaya masyarakat pendukungnya. Secara lebih spesifik, yang ditanyakan dalam Sosiologi Seni adalah dalam cara seperti apa hubungan sosial dan kelembagaan bisa memberi dampak produksi seni, pemasaran dan konsumsi (Lono Simatupang, 2013, 276)?

David Inglis dan John Hughson (2005: 28) yang berlatar belakang *Sociology of Art* mengutip pendapat Bourdieu yang mengatakan bahwa dalam produksi seni, seberapa besar kekuatan dan pengaruh dari kapital? Ada dua tipe kapital, yaitu ekonomi dan budaya. Walaupun pengamatan Bourdieu itu didasarkan pada masyarakat Eropa modern, rumusan ini bisa pula kita terapkan untuk masyarakat agraris seperti di Kabupaten Grobogan. Masyarakat Grobogan memiliki ekonomi dan budaya kapital untuk mewujudkan tayub sebagai bagian dari kehidupan sosial mereka. Riset menunjukkan bahwa tanpa ada tradisi menyertakan tayub dalam aktivitas peringatan daur hidup manusia, maka hampir tayub tidak akan diselenggarakan. Tanpa ada economic capital, masyarakat tidak akan mampu menyelenggarakan kegiatan itu. Dalam riset sebelumnya (Rachel Mediana Untung, 2014), telah diamati biaya operasional dan pengeluaran untuk sebuah pertunjukan tayub. Dalam skala yang kecil (3 orang *joged*) pembiayaan mencapai kurang lebih 20 juta rupiah. Dalam skala besar (12 *joged*) pembiayaan mencapai kurang lebih 40 juta rupiah.

Dalam rantai kedua yaitu pemasaran, pertunjukan ini disebarluaskan oleh para produser, yaitu rumah tangga yang menyelenggarakan acara. Mereka menghubungi para stakeholders yang berperan dalam pertunjukan seperti penari, pemain gamelan, tata suara dan perlengkapan lainnya. Mereka bisa menghubungi sendiri atau mendapat bantuan orang lain, yaitu broker. Melalui broker, para producer mendapat kemudahan menyelenggarakan acara. Broker diberi tugas untuk menghubungi pihak stakeholders hingga mendapatkan kata sepakat.

Produserlah yang akan menyelesaikan konsekuensi finansialnya yaitu membayar honorarium bagi mereka.

Rantai terakhir adalah konsumsi. Rantai ini tidak bisa dilupakan karena tanpa ada penonton maka tidak ada pertunjukan. Penonton dalam pertunjukan tayub adalah para tamu undangan. Tamu undangan yang telah diundang atau yang tidak diundang bisa menyaksikan pertunjukan tayub. Para tamu yang laki-laki pun mendapat kesempatan untuk ngibing, atau menari bersama joged. Tamu undangan tidak dibatasi usia dan jenis kelamin, namun kecenderungan yang menari bersama joged adalah laki-laki dewasa.

Ketiga rantai sosiologi seni ini menunjukkan bahwa secara nyata seni pertunjukan berpotensi untuk berkembang karena tetap mempertahankan nilai budaya sekaligus memberi manfaat secara ekonomi. Dalam tataran mikro, pertunjukan tayub menerapkan kolaborasi antara *intellectual* (dunia ilmu pengetahuan), *business* (dunia usaha dan creative entrepreneurs) dan *government* (instansi pemerintah). Walau terjadi sinergi di antara ketiga peran itu, namun belum tampak nyata *power relation*nya. Dalam studi ini menunjukkan posisi hubungan sosial sebagai sebuah sistem struktural. Posisi ini berada dalam *power relation*nya yang bisa mendominasi atau sub dominannya, salah satunya pun tanpa peran intellectual, pertunjukan tetap berjalan. Untuk itu perlu dipertimbangkan alasan mendasar, yaitu adanya *cultural capital*. *Cultural capital* sebagai relasi terhadap nilai-nilai yang hidup dalam pertunjukan itu. Disadari atau tidak, *cultural capital* ini justru senantiasa mengarahkan dan mengatur dalam kebudayaan masyarakat penjaganya. Untuk itu tanpa disadari, pertunjukan Tayub dilakukan sebagai bagian dari memperingati tahapan hidup manusia menjadi sebuah pedoman yang diikuti bersama. Ada tradisi yang kuat bahwa dalam peringatan untuk hari jadi (ulang tahun), khitanan, dan tetesan serta bagian ucap syukur pernikahan itu pertunjukan Tayub hadir. Tanpa ada tradisi ini maka tidak ada pertunjukan. Artinya *cultural capital* menjadi aktor utama yang justru mengikat ketiga aktor dalam *triple helix*.

Peristiwa budaya atau kesenian yang dipandang dari industri kreatif tetap memiliki dimensi ekonomi. Produk atau jasa seni juga bisa dipandang sebagai peristiwa ekonomi (Lono Simatupang, 2013). Namun tidak semua peristiwa ekonomi itu ditentukan sepenuhnya oleh faktor-faktor ekonomi. Dengan studi ini seni seperti seni pertunjukan hadir dalam *economic capital* namun tidak bisa lepas dari sesuatu yang simbolik. Seni merupakan *cultural system* sehingga nilai-nilai estetis dilekatkan, diberikan dan dibiasakan oleh masyarakat penjaga budaya itu (Clifford Geertz, 1983). Seni pertunjukan bisa menjadi bagian dari sebuah industri namun tetap perlu memperhatikan aspek *cultural production*, *distribution* dan *consumption*.

Seni pertunjukan seperti Tayub bisa diberdayakan menjadi bagian dari industri kreatif karena secara struktur, pertunjukan ini memiliki fondasi entrepreneurship. Dalam paparan dari McGuigan (2010) yang mengutip Florida, bahwa kelas kreatif membutuhkan tiga T, yaitu *Technology*, *Talent* dan *Tolerance*.

Ketiga T ini dibutuhkan agar kelas kreatif bisa berkembang. *Technology* terkait dengan media yang dibutuhkan. Segala alat yang bersifat teknologi baik yang dianggap sebagai perangkat lunak atau perangkat keras dibutuhkan. *Talent* menyangkat skill atau ketrampilan yang dibangun secara kreatif. *Tolerance* ini menyangkut perilaku masyarakat yang bersedia menerima dan melebur dalam industri yang dibangun ini. Dalam mencermati paparan analisis pertunjukan Tayub, maka unsur Talent tidak perlu dipertanyakan karena selain kreasi kreatif seni pertunjukan ada di tangan individu atau elemen pertunjukan. Untuk Tolerance memang masih dibutuhkan riset mendalam untuk mencermati kesiapan masyarakat setempat bila pertunjukan Tayub diangkat pada tataran kapital yang lebih luas, yaitu ekonomi kapital. Pada unsur teknologi masih belum nyata. Secara perangkat keras, alat-alat yang digunakan bukanlah alat yang canggih namun standar. Alat tata suara yang digunakan bukanlah alat yang memiliki spesifikasi yang terkini, begitu juga tata lampu dan juga rekaman audio visual. Perangkat lunak belum digunakan secara optimal. Penggunaan perangkat lunak dalam pengembangan pelaku pertunjukan juga belum dilakukan.

Kesimpulan

Dalam penelitian yang telah saya dilakukan menunjukkan bahwa kegiatan kreatif seperti pertunjukan bisa masuk dalam industri kreatif bila memiliki basis komunitas yang kuat. Penelitian dalam komunitas pertunjukan tayub di Kabupaten Grobogan menunjukkan bahwa komunitas secara perlahan-lahan membangun sistem yang menjadikan kesenian itu menyatu dan mengikat satu dengan lainnya. Unsur artistik dan non artistik membangun sistem sehingga tanpa kehadiran keseluruhan elemen itu, pertunjukan tayub tidak bisa hadir dengan utuh. Keterlibatan *joged* (penari perempuan), pengarah tamu (manajer panggung), wiraswara (pembawa acara), pengibing (penari laki-laki), penonton, pihak pengundang (*host*), karawitan, pihak tata suara, tata lampu, tata panggung dan tata rekam. Tanpa keterlibatan elemen-elemen pertunjukan dan penunjangnya yang telah tersebut di atas, maka tidak terbangun sistem. Pertunjukan tayub tidak bisa dilepaskan dalam sebuah jaringan yang saling mempersatukan yaitu produksi seni, pemasaran dan konsumsi. Keseluruhan rantai ini saling mengikat untuk menjadi sebuah kesatuan yang sistemik. Sistem yang telah terbentuk tidak terlepas dari kemampuan elemen-elemen pertunjukan yang menunjukkan profesionalismenya dan menunjukkan jiwa *enterpreneurship*.

Pertunjukan tayub di Grobogan hadir karena memang ada nilai budaya yaitu menjadi simbol kesuburan dalam makna yang luas. Kesuburan dalam panen, pernikahan, kesuksesan karir, dan tahapan hidup manusia.

Hasil Kajian yang bisa diperoleh dari kajian konsep ini adalah seni pertunjukan rakyat bisa berperan dalam membangun industri kreatif namun perlu ada perhatian dari ketiga pihak yaitu pelaku pertunjukan, pemerintah dan akademisi. Selain ketiga pihak ini, perlu dicermati untuk kesiapan masyarakat akan menerima (*tolerance*) terhadap tantangan industri kreatif, dan yang juga tidak kalah penting

adalah semua elemen pertunjukan perlu menggunakan dan mengembangkan media teknologi baik perangkat lunak dan keras.

Dengan konsep di atas, maka bisa diarahkan pada sebuah kebijakan yang bisa digunakan oleh pengambil kebijakan (pemerintah) dalam mengarahkan potensi pertunjukan menjadi suatu unit yang bisa diberdayakan dan memiliki daya saing untuk menghadapi masyarakat Ekonomi Asean. Pemaparan Ramon P. Santos, Ph.D. dalam Seminar Internasional "Asean Community & Artistic Achievement" pada 11 Agustus 2014 di ISI Surakarta yang lalu pun menyatakan bahwa aktivitas seni yang berbasis komunitas memiliki potensi berkembang. Menurutnya, *"All of community-based activities that are imbedded in the life and culture of the people have become the source for new expressive productions that provide unique experiential conditions in the field of performative arts."* Seni pertunjukan yang berbasis komunitas memiliki kekuatan yang unik dan secara nyata perkembangannya bisa kita ikuti menuju ke arah yang bisa berdampak luas.

Sebagai epilog dari tulisan ini pada tahun 1977 (39 tahun yang lalu), Mochtar Lubis melontarkan enam ciri bangsa Indonesia yang salah satunya adalah memiliki rasa artistik yang tinggi. Ciri ini telah hadir dalam ukiran kayu, patung batu, tenun, batik, kerajinan, musik, tari, folkore yang menunjukkan daya cipta yang besar. Potensi inilah yang menjadi kekuatan bagi masa depan manusia Indonesia. Industri kreatif memunculkan harapan besar bagi tumbuhnya sebuah ekonomi berbasis kreativitas di Indonesia. Kenyataan yang terjadi seni pertunjukan belum menjadi tumpuan pertumbuhan ekonomi nasional yang berarti.

DAFTAR PUSTAKA

- Clarissa Anugrah and Ati Cahayani. 2012. "Sosialisasi Ekonomi Kreatif terhadap Generasi Muda untuk Membangun Ekonomi Bangsa", *Transaksi: Jurnal Bisnis, Ekonomi, dan Sosial*. Vol. 4-No. 01, November 2012. Surabaya: FIABIKOM, Universitas Katolik Atma Jaya.
- Inglis, David and John Hughson. (2005). *The Sociology of Art: Ways of Seeing*. New York: Palgrave MacMillan.
- Firmansah. (2014, October). *Relation Between Creativity and Economy in the Creative Industry (A Case Study on Acapella Mataraman Musical Parody Community)*. Paper presented at the International Conference of Asia Pasific 2nd Yogyakarta.
- Ganap, Victor. "Membangun Industri Kreatif di Maluku Melalui Pendidikan Seni" dalam *Harmonia Jurnal Pengetahuan dan Pemikiran Seni*, Volume 12 No 1, Juni 2012, Jurusan Seni Drama Tari dan Musik Universitas Negeri Semarang.
- Mauled Moelyono. 2010. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. Jakarta: Rajawali Pers.

- McGuigan, Jim. *Doing a Florida Things: The Creative Class Thesis and Cultural Policy*. International Journal of Cultural Policy. Vol. 15, No. 3, August 2009, 291-300.
- Lono Simatupang. 2013. *Pergelaran: Sebuah Mozaik Penelitian Seni-Budaya*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Lubis, Mochtar. (1977). *Manusia Indonesia: Sebuah Pertanggung Jawab*. Jakarta : Idayu Press.
- Rachel Mediana Untung. 2014. *Organizing System of Tayub Performance (Case Study in Kabupaten Grobogan in Central Java)*. Yogyakarta: ICAPAS 2nd (Prosiding).
- Rumengan, Perry. 2009. "Minahasa! Penyanyi Negeri Menyanyi" dalam *Penghibur (an): Masa Lalu dan Budaya Hidup Masa Kini Indonesia* (Budi Susanto), Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2009.
- Santos, Ramon P. "A Concepts of Community in Asian Creative Expressions" dalam Seminar Internasional ASEAN Community & Artistic Achievement, 11 Agustus 2014, Pasca Sarjana ISI Surakarta
www.merdeka.com/peristiwa/barekraf-targetkan-bangun-10-kota-kreatif-di-2016.html, diakses 2 Mei 2016.